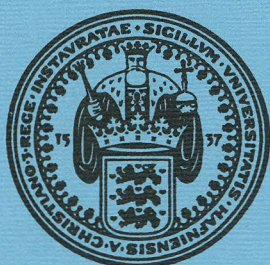


**Kvinnor, öl och civilisation**

**Inger Bierschenk**

**2019**

**No. 146**



**Copenhagen University**  
Denmark



**Lund University**  
Sweden

**KOGNITIONSVETENSKAPLIG  
FORSKNING**

**Cognitive Science Research**



ISSN 0281-9864

**Kvinnor, öl och civilisation**

**Inger Bierschenk**

**2019**

**No. 146**

**Cognitive Science Research**

Lund University  
University of Copenhagen

***Editorial board***

*Bernhard Bierschenk* (editor), Lund University  
*Inger Bierschenk* (co-editor), University of Copenhagen  
*Ole Elstrup Rasmussen*, University of Copenhagen  
*Helge Helmersson* (adm. editor), Lund University  
*Jørgen Aage Jensen*, Danish University of Education

**Cognitive Science Research**

Copenhagen Competence  
Research Center  
University of Copenhagen  
Njalsgade 88  
DK-2300 Copenhagen S  
Denmark

**Adm. editor**

Helge Helmersson  
Dep. of Business Adm.  
Lund University  
P.O. Box 7080  
S-220 07 Lund  
Sweden

## Kvinnor, öl och civilisation

Inger Bierschenk

*Abstract* Ever since our nomadic ancestors understood that they could transform their lives by planting barley, wheat, and other grains, they stopped migrating and came in off the road. This revolutionary change has been termed civilisation. As they discovered that fermented drinks and food could be both nutritious and healthy, women started to make those fermented beverages we call beer with the purpose to efficiently nourish their families. Thus, brewsters (feminine of brewer) were the starting point of civilized societies. To investigate the essence of intention and orientation in a selected part of an article in a beer magazine on women's role in beer history, this study used the text geometric method PTA/Vertex. The analysis has shown that the final attractor in the orientation is 'Prosperity', whereas in the intention, it is 'Beer gourmet'. The first relates to known historical facts. The latter is a novel experience, however, since historical texts do not comment on women's acquired knowledge in assessing when the beer has reached the level at which it can be served ('bier schenken').

Länge har det hetat att män föredrar öl och kvinnor vin när de ska välja måltids- och sällskapsdryck. Medan vinet passar bäst i kulturellt förfinade sammanhang, förknippas öl med en mera rustik och bullrig miljö. Eller som det uttrycks i sammanfattningen till ölhistorikern Richard W. Ungers bok *Beer in the Middle Ages and the Renaissance*, "The beer of today [is] frequently associated with young adults, sports, and drunkenness" (Unger, 2004). Öl är drycken för den sortens samvaro där människor samlas i stora skaror för en så kallad folkfest, till exempel en musikfestival eller den välkända oktoberfesten i München, ölets huvudstad.

Nu (sommaren 2018) pågår fotbolls-VM i Ryssland och svenska fans sägs ha gjort slut på allt öl i S:t Petersburg och förväntas fortsätta på den vägen under kvartsfinalen i Samara mot England. Gatubilderna från fotbollsrynan visar att ölkonsumerande fans även är kvinnor. I vissa situationer tycks valet av dryck självklart. Öl var studentdrycken framför andra under 1960-talet (källarpuben Galejan i Uppsala i gott minne) och är kanske så fortfarande. När detta skrivs dyker det upp erbjudanden till kvinnor om kurser i ölprovning och hembryggning, som kan tolkas som en önskan att kvinnorna ska börja återta sin forna profession. Faktum är att så har skett åtminstone sedan ett par decennier i England, där bland annat en kedja av små bryggerier kallade Brewsters (namnet härrör från de kvinnliga ölbryggarna) har vuxit upp (Oppenheim, 2015). För övrigt har Europaparlamentet en ölklubb, vars ordförande är kvinna.

Puben Bierschenke (Wall Buildings, 4 Blomfield Street, London) med sin slogan "bringing Munich to London" annonserar om en tysk meny anpassad för VM-evenemanget. Bierschenke lär vara den enda autentiska ölhallen i London. Som ingift i familjen Bierschenk har jag haft anledning att fundera över det autentiska i efternamnet. Det har också andra gjort. Personer bar detta efternamn redan 1366 i Kassel, Hessen. Men så tidigt som 1291 fanns ställen som serverade öl, en så kallad Schenk, i Stralsund, Mecklenburg-Vorpommern, enligt tyskt namnlexikon (Bahlow, 1972, s. 451). Släktnamnet innebär en yrkesbeteckning, nämligen på den person som smakade av ölet och godkände dess kvalitet för utskänkning (tyskans 'schenken'). Det finns också en tydlig koppling till en anfader, vars släktvapen F. Bierschenk (2018) har rekonstruerat (se Figur 1). Färgerna är grönt och guld med en stålblank krönt rustning i centrum. Som bilden visar, är humle ingrediensen både i kronan och på skölden.



**Figur 1** *Släkten Bierschenks vapensköld*

### ***Öldrickandets funktion***

B. Bierschenk har behandlat öldrickande ur varierande aspekter från Tacitus berättelser om germanerna till Bellmans tid (B. Bierschenk, 2016, 2017, 2018 a, b, c, 2019). Analyser av texter på latin och fornisländska samt äldre och yngre nysvenska med Perspektivisk textanalys (PTA/Vertex) har uppdagat strukturella relationer i äldre texter, som har skymts av mytbildning och semantiska tolkningar, som ofta vidhänger historisk tradition. Genom ölets europeiska historia kan vi följa en mental utveckling: Den äldsta germanska traditionens öldrickande var gemensamhetsstärkande såtillvida att begreppet deltagande (Participation) framstår som primärt för orienteringen i Tacitus' berättelse, medan förnyad prövning (Retrial) är den intentionella drivkraften. Båda begreppen har att göra med det civila samhällets funktionssätt.

Den fornnordiska traditionen, som den framställs i Hávamál, orienterar sig kring ett tillstånd som beskrivs som sällhet (Bliss), en berusningsgrad som dock är styrd av samvete (Conscience), vilket framhäver vikten av att behålla sinnesnärvaron längs salens bänkar. Under 1500-talets Sverige spåras en urartning, som blir tydlig genom att Gustav Vasa måste tillrättavisa undersåtarna. Begreppet olydnad (Disobedience) visar på en i hans tycke överkonsumtion av gårdarnas avkastning, som han måste stävja, vilket uttrycks genom begreppet ovilja (Disinclination).

Framme vid upplysningstiden kommer aspekter av stil och sällskapsmanér in i bilden. Orienteringen i sällskapslivet sker på basis av en föreställning om hur man uppför sig med högsta möjliga respekt mot sällskapet (Moral) och i det här fallet, beskrivet av Bellman som en vägledning för en ung man, är intentionen smidighet (Flexibility) snarare än Vasatidens påbjudna foglighet. Andan från 1700-talet går igen i den tyska Oktoberfest. Ur en officiell beskrivning av den har en PTA / Vertex-analys fått fram att huvudbegrepp i orienteringen är Toastmaster, en "lagledare" som drivs av tillgivenhet (Affection) mot hela tillställningen, vilket torde vara förklaringen till festens fortlevnad, nämligen alla enskilda deltagares och arrangörers engagemang.

Gemensamt för de olika tidsåldrarna är ölets sammanhållande kraft. Det samlande begreppet är symbol (Bauschatz, 1982) för de ritualer som tillhörde de tillfällen då en grupp människor träffades för att komma överens i betydelsefulla ärenden. Drickande var således en social angelägenhet och att dricka öl skulle vara en konsolidering av vad man hade avtalat med ord, det skulle ske med måtta och ofta i samband med sång. Öldrickandets funktion har varit att sammanbinda förfluten tid och nutid och fostra till gemenskap och etik. Choi (2010) anser att det numera finns tydliga bevis för att ölet var smörjmedlet för utvecklingen av civilisation.

### ***Kvinnornas roll***

Utmärkande för studier kring öl är att det är män som är de agerande och föremål för tilltal. Ändå är kvinnornas roll i ölhistorien lång och högst betydelsefull. Enligt en exposé i *Craft Beer & Brewing Magazine* (Nurin, 2016) börjar ölhistorien 200 000 år före vår tideräkning, men de historiska indikationerna är vaga och utsagorna består till stor del av antaganden. Intagandet av jästa drycker antas ha varit grundläggande när homo sapiens lämnade Afrika, och jakten på öl, bröd eller bådadera ska ha drivit fram det agrara Mesopotamien under 10 000-talet f.Kr. Utgrävningar i Turkiet, som är daterade till ca 10 000 f.Kr., har visat att nomaderna använde öl vid sina kulter redan innan de blev bofasta (Ebbinghaus, 2018), men än finns det inga tecken på kvinnligt deltagande.

Kina ska ha startat med jäsning av frukt eller honung ca 7000 f.Kr. Här däremot, i civilisationens gryning, finns tecken på att ölbryggning var kvinnornas göromål, eftersom ingredienserna till bryggningen fanns nära hemmet. Under perioden 5000-1750 f.Kr. uppfann sumererna kilskriften och efterlämnade bland annat Gilgamesh-eposet, som omtalar att huvudpersonen vid sin vandring fick öl att dricka. På kilskrift finns också en hyllning till Ninkasi, ölets gudinna, som pekar mot att sumererna drack öl gjort på korn, enligt arkeologiska fynd i dryckeskärl. Dikten till Ninkasi tolkas som ett recept på ölframställning och knyter tillverkningen direkt till kvinnorna (The Brews Brothers, 2017).

Från åren 3100 - 332 f.Kr. är uppgifterna mer precisa, då egyptierna utvecklade handeln med öl, och först här uppträdde män som ölbryggare, vilket medförde att kvinnornas roll blev sekundär. Inom den perioden, ca 1900 - 1600 f.Kr., uppfann babyloniska kvinnor sugröret, enligt bevarade avbildningar (Nurin, 2016), vilket skulle bevisa att kvinnorna åtminstone var med och drack av ölet. I norra Europa fortsatte dock kvinnorna att vara de främsta ölproducenterna. Under 800-talet f.Kr. kommer de germanska kvinnorna in i ölhistorien, då det är klarlagt att dessa bryggde öl i gläntor och rójningar i de tätas skogarna norr om Alperna. Kvinnorna hade nära nog monopol på produktionen av hembryggt öl under skandinavisk vikingatid, innan medeltidens feodalsamhälle förändrade samhällsförhållandena (Hendricks, 2018).

Det är tydligt att kvinnorna haft den mest betydande rollen i ölets historia och att de därmed har bidragit till utvecklingen av civilisationen. Tara Nurins text i *Craft Beer & Brewing Magazine* innehåller ett parti som är ett koncentrat ur den kvinnliga ölhistorien:

Early Northern Europeans worshipped their beer goddesses as ancient Middle Easterners did, and before the second millennium CE, most European women drank and brewed beer. From migratory Germanic women who brewed in forest clearings to avoid Holy Roman invaders to the English alewives who maintained their traditions until the Industrial Revolution, European women fed their husbands and children low-alcohol, nutrient-rich homebrew that proved more sanitary than water.

For thousands of years women brewed an unhopped liquid called "ale," whose quick spoilage rate suited decentralized domestic production. Some entrepreneurial female brewsters (the feminine equivalent of the masculine "brewer") produced more than their families needed and sold the surplus for a pittance. But married women held no legal status, and unmarried women held little capital. Their predicament left them financially and politically vulnerable and unable to access the economic developments and technological advancements that gradually transformed Europe from an agrarian society to a commercial one.

German nunneries provided a rare shelter for single women to blossom as brewsters and botanists, with St. Hildegard of Bingen distinguishing herself as the first person to publicly recommend hops as a healing, bittering, and preserving agent some 500 years before mainstream society took heed. Outside monastic walls, a brewster's right to self-determination lay at the mercy of feudal lords, the Church, or the emerging merchant class—whichever element or elements held sway in her particular time in her particular region.

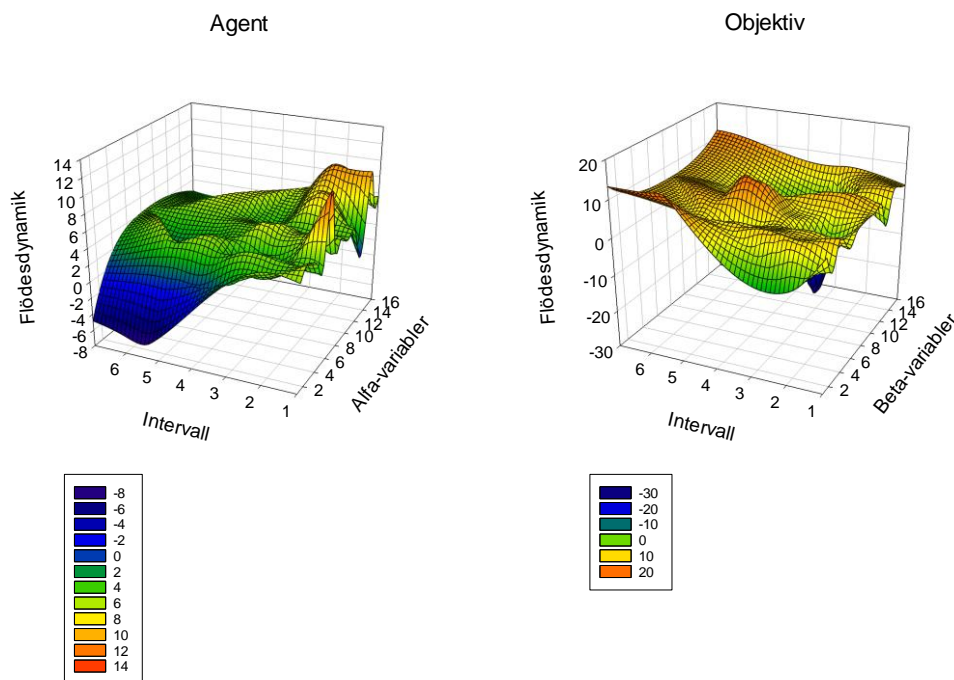
Genom metoden PTA/Vertex ska texten få en strukturell beskrivning. Frågan är vilken som är textens innersta mening (essensen) bortom det innehåll som var och en kan avläsa från ytan. Vanligtvis när vi läser en faktatext är det sakinnehållet vi är ute efter och söker samband för att skapa oss ny kunskap. Men under den processen arbetar begreppsliga strukturer och interna sammanhang, vilkas mer eller mindre täta relationer vi inte uppfattar på ett medvetet plan. Den metod som ska användas kommer att synliggöra den interna strukturen och grafiskt avbilda kvinnornas civilisatoriska betydelse i ölhistorien, enligt just den här texten.

### Undersökning av textens inre

PTA/Vertex upptäcker en texts inre dynamik (se t ex B. Bierschenk, 1993/2013, 2011; I. Bierschenk, 1999/2003; 2011; I. Bierschenk & B. Bierschenk, 2011). På basis av grafemen upprättar metoden ett protokoll över textens rörelsedynamik (utveckling), som den sedan visualiserar grafiskt. I nästa steg sker en fusion av grafemsträngarna (inveckling) på basis av avstånd för att skapa koncentrationer (attraktorer) av information. Attraktorerna bildar ett nätverk, som grafprogrammet presenterar som ett geometriskt landskap. Punkterna i landskapet får sedan empiriska namn. Det första stegets materiella komponenter är Agent och Objektiv. De båda är sammanflätade under textrörelsen (flödet) men genom tekniken att hålla isär dem blir det möjligt att studera dem separat utan att deras samverkan går förlorad.

Informationskoncentrationens komponenter, som är immateriella, kallas Intention och Orientering. Det är den immateriella dimensionen som kommer att vara den väsentliga för denna analys. Men eftersom flödesdynamiken ger en indikation på informationstätheten i texten, visar Figur 2 den grafiska avbildningen av Agent och Objektiv som kort kommenteras. Grafpresentationen sker med SigmaPlot (2014, version 13.0).

Programmet omvandlar data till en skala och söker efter det bästa sättet att framställa resultatet på. Inläsningen av data har skett från vänster som vid vanlig läsning, varför läsningen av graferna sker från nedre högra hörnet istället.



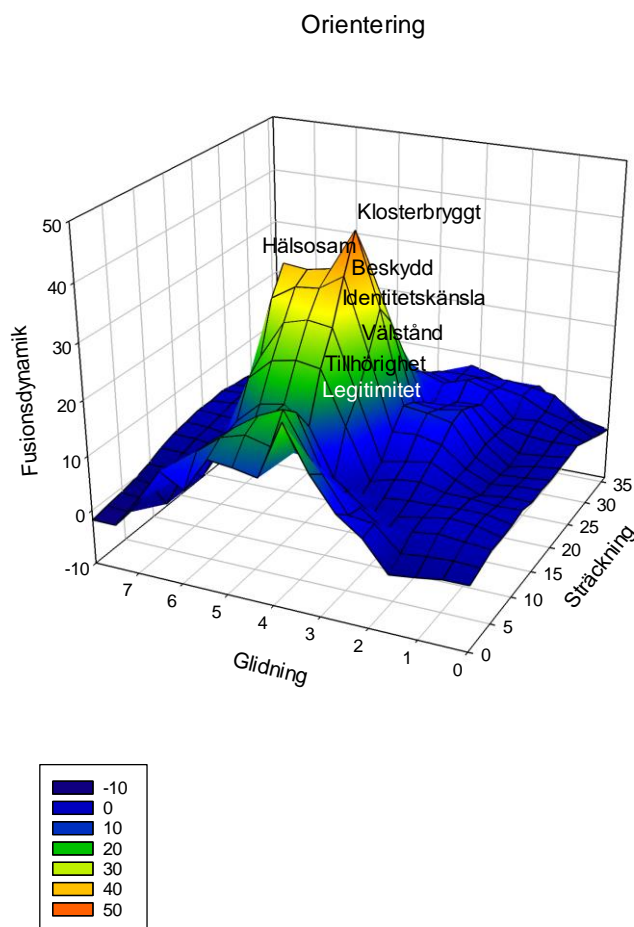
**Figur 2** Kvinnors ölhistoria: Flödesdynamik

Agenten är ofta mindre till sin dimensionering än Objektivet, vilket är fallet här, men motsatsen kan förekomma. En annan utmärkande egenskap brukar vara det komplementära förhållandet mellan Agent och Objektiv. Här visar det sig till exempel genom att Agenten rör sig kraftigt i början medan Objektivet har sin större rörelse mot mitten av grafen, och där Objektivet höjer sig lätt mot slutet visar Agenten en motsvarande nedåtgående rörelse.

Den kraftigt böljande texturen i båda graferna tyder på informationstäthet. Än mer utmärkande är att Agenten arbetar minst lika intensivt som Objektivet, vilket är tecken på en hög grad av styrning, dvs det finns en underliggande intentionalitet i textproduktionen som påverkar rörelsemönstret i agentvariablernas samverkan med objektivvariablerna. Hur texten ter sig på det immateriella planet ska nästa steg visa. Presentationen börjar med orienteringen, eftersom metoden kommer att extrahera intentionen ur orienteringen i ett andra steg.

### ***Kvinnors ölhistoria: Orientering***

Figur 3 visar orienteringens landskapsbildning. Landskapet visar upp en tydlig koncentration, där de attraktorer som har de högsta grupperingsvärdena följer varandra med ganska lika avstånd. En av attraktorerna avviker något, nämligen den som fått namnet *Hälsosam*, som smälter samman med minusvärden och slutligen bildar *Välstånd*, som följaktligen inte är den högsta toppen, men den mest integrerade.



**Figur 3** *Kvinnors ölhistoria: Orientering*



Beskrivningen av landskapets koncentrationer kan följa två principer. Antingen utgår den från en deduktion av transformationerna, vilket är en beskrivning uppifrån, eller från en induktion, dvs en beskrivning nedifrån, för att underbygga premisserna för resultatet. Metoden PTA/Vertex är högst precis, vilket innebär att resonemanget kring attraktorernas relationer borde vara deduktivt. Men eftersom deras innebörd har uppstått empiriskt och därför inte är semantiskt förutbestämd, går det att hävda att det induktiva sättet att presentera resultatet på är rimligt. Det väljs därför här. I fortsättningen blir attraktorerna beskrivna i deras egenskap av empiriska begrepp.

*Legitimitet* ( $x=20$ ,  $y=5$ ) står för den empiriska innebörden autenticitet, trovärdighet och liknande, som här syftar på den ölbryggande kvinnans möjlighet till försörjning, när samhället gick från bondesamhälle till marknad. Den liberalisering som det innebar med ett växande borgerskap utvecklade en tidsanda som legitimerade kvinnlig ölproduktion utanför klostermurarna.

*Tillhörighet* ( $x=18$ ,  $y=5$ ) i den här kontexten innebär det viktiga steget från den kulturella sfären, som bestämde att ölbryggandet och drickandet hörde till fester arrangerade av husets kvinnor, till en fråga om tillhörighet och partnerskap. Kort sagt, kvinnor fick med denna verksamhet en större social säkerhet, när de kunde ta steget ut ur hemmet och få en liten extrainkomst.

Problemet var civilståndet. En gift kvinna fick inte bedriva handel utanför hemmets väggar, för hon var inte myndig, och den ogifta kvinnan hade inget kapital att luta sig tillbaka på, så extrainkomsten behövde bli betydande för att vara försörjningsgrundande. I alla händelser var de nålpenar hon kunde få för egen del början till att bygga upp en *Identitets-känsla* ( $x=16$ ,  $y=5$ ).

För den ogifta kvinnan blev det viktigt att försäkra sig om beskydd för att kunna försörja sig, vilken hon fick av de styrande i samhället, såsom feodalherren och kyrkan. Men en säkrare plats fann hon innanför klostermurarna. *Beskydd* ( $x=14$ ,  $y=5$ ) anger klostrens roll av att beskydda den kvinna som hade lärt sig ölbryggkonsten. I klostret kunde hon känna sig trygg och utveckla sina färdigheter.

Att ölbrygning blev både en konst och en vetenskap vittnar den kvalitativa utvecklingen av ölet om. Bryggerskorna hade utvecklat kunskap om ölet genom den egna tillverkningen och genom att dricka själva för att lära känna olika tillsatsers effekter. En revolutionär förändring inträffade den dag lagringstiden kunde bli längre och produktionen därmed ta fart i större skala. Beteckningen *Klosterbryggt* ( $x=8$ ,  $y=5$ ) står för den kvalitetsstämpel ölet fick genom tillsatsen av humle. Upptäckten tillskrivs Hildegard von Bingen. Genom hennes insatser fick ölet helande egenskaper, det var inte bara näringsrikt.

De germanska kvinnorna hade upptäckt ölets goda egenskaper och gav det till familjen, både män och barn, för att förebygga sjukdomar som kunde följa av orent vatten. Den låga alkoholhalten gjorde att ölet kunde bli ett näringsrikt tillskott i kosten. *Hälsosam* ( $x=2$ ,  $y=5$ ) anger användningen av förfinade bryggningssmetoder, när man förstod betydelsen av vattnets kvalitet för både smak och hälsa. Ölkvaliteten är alltså främst en fråga om rent, gänt kallvatten. Den första renhetslagen, som kom till i nuvarande Bayern (1487), är aktuell än idag.

Avvägningen mellan bittert (genom humlen) och sött (genom malten) är det som karaktäriserar ölsmaken tillsammans med tillsatta smakämnen, såsom tranbär och pors (Sveriges Bryggerier, 2018). Pors var den dominerande smaktillsatsen i Norden tills det blev utkonkurrerat av humle (Harrison, 2002, s. 51). Humlet gjorde ölet törstsläckande och hållbart. Men det hade man vetat längre tillbaka. Humlekottarna har varit konserveringsmedel sedan 700-talet och smaktillsats i öl i Sverige (Matkult, 2018), även om man inte odlade det

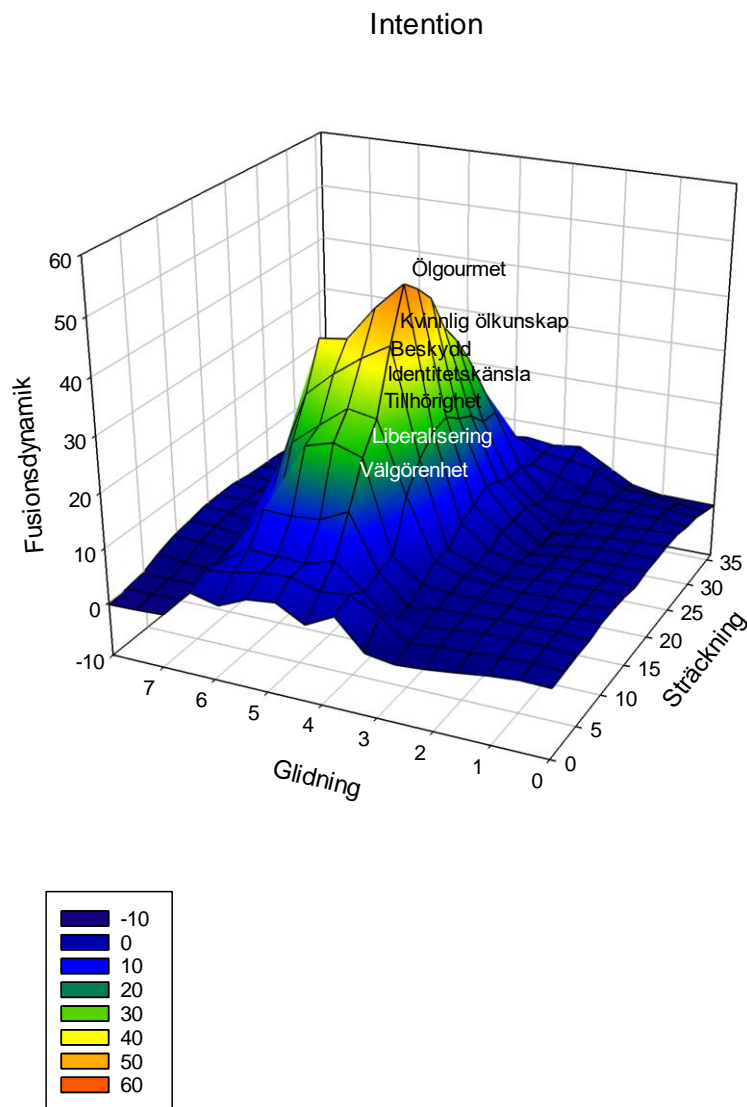


här förrän vid 1200-talets slut. Vid hungersnöd var humlet viktigt och genom lagstadgad humleproduktion minskade ett lands sårbarhet. Upptäckten av humlets goda egenskaper bidrog således till *Välstånd* ( $x=4$ ,  $y=2$ ). Den insats som Hildegard von Bingen gjorde innebar en civilisatorisk vändpunkt. Med sina botaniska kunskaper bidrog den medeltida nunnan till hela omgivningens välstånd. Välstånd är en förutsättning för utvecklingen av civilisation.

### ***Kvinnors ölhistoria: Intention***

Figur 4 presenterar de mest betonade attraktorerna. Extraheringen sker genom en pendelfunktion, där deskriptorn för intentionsnoden hämtas ur orienteringsnätet (närmare beskrivning av proceduren finns i I. Bierschenk & B. Bierschenk, 2011, s. 28).

Grafen över intentionen ger en ännu mer koncentrerad form än orienteringens. Två begrepp som har näraliggande värden i både orienteringen och intentionen är *Välgörenhet* och *Liberalisering*. En aspekt av begreppet välgörenhet är i denna kontext den välgörande substans i ölet som bidrog till medborgarnas stigande hälsa. I begreppet liberalisering ingår samhällets erkännande av klostrens "godhetskultur". Tillsammans står de för syntesen av klostrens verksamhet och borgerskapets frisinna värderingar. Öltillverkning och ölkultur kan sägas vara uttryck för denna syntes.



**Figur 4** *Kvinnors ölhistoria: Intention*

Som vi ser återkommer tre begrepp som blir utmärkande även i intentionen, nämligen *Beskydd*, *Identitetskänsla* och *Tillhörighet*. De två sista skiljer sig inte mycket i sina värden från orienteringen till intentionen; de ligger några punkter lägre här. *Beskydd* har istället ett högre värde än i orienteringen. Men sammantaget blir det tydligt att *Beskydd*, dvs vikten av trygghet i utövandet av sysslan att brygga öl, står i fokus, den trygghet som klostren gav. Känslan av identitet och tillhörighet till samhället kommer därnäst.

De mest koncentrerade begreppen i intentionen är *Ölgourmet* och *Kvinnlig ölkunskap*. Båda utmärker sig genom att ha mycket låga grupperingsvärden i orienteringen. Relationen visar att intentionen ligger djupt strukturellt inbäddad och fungerar som en förutsättning för den övriga strukturen. Att vara en professionell ölbryggerska betyder dels att veta hur man fermenterar och hur och med vad man smaksätter, medan *Ölgourmet* betyder att man har utvecklat en kompetens i att avsmaka på det förfinade sättet och veta när ölet är klart för utskänkning (schenken). Det är särskilt denna kvinnliga ölkunskap som har lett till den kvalitet som klosterbryggt öl står för.

PTA/Vertex-analysens resultat är inte helt oväntat vad gäller orienteringens samlande begrepp *Välstånd*. Ölhistoriens faktatexter bekräftar att kvinnorna bidrog till välståndet både inom familjen och samhället i stort. Övriga begrepp i orienteringen anknyter mer konkret till kvinnornas situation och kan vart och ett påträffas i historiska beskrivningar. Det som däremot inte kan avläsas ur sådana texter är på vilket sätt olika företeelser hänger ihop och den vikt de får gentemot varandra.

När det gäller intentionens begrepp är det särskilt *Ölgourmet* som utmärker sig. I orienteringen har det knappt någon betydelse, antagligen för att historiska beskrivningar inte skiljer ut ett gourmet-begrepp från kvinnors ölkunskap i allmänhet. Det å sin sida hänger samman med att kvinnorna visserligen var med och drack av ölet men då främst som kvalificerade konsumenter av sin egen brygd. I den här analysen bildas begreppet *Ölgourmet* av fusionen mellan *Kvinnlig ölkunskap* och *Kvinnlig ölkonsumtion*, men - och här syns skillnaden gentemot andra beskrivningar - det transformerar därefter *Beskydd*, som har ett mångdubbelt högre värde i orienteringen. Resultatet är *Klosterbryggt*, som fungerar som en kvalitetsbenämning. Begreppet bildar högsta toppen i orienteringen, en signifikans som drar med sig *Ölgourmet* i perspektivet. Vi kan således dra slutsatsen att kvinnors gourmetkänsla när det gäller öltillverkning och särskilt avsmakning har kunnat utvecklas genom det beskydd som klostren gav dem.

### Avslutande kommentar

När man talar om ölet som smörjmedlet för utvecklingen av civilisation menar man främst de sammankomster som män anordnade. Men det var kvinnorna som var de som bryggde och serverade ölet till dem. Det är lätt att tänka sig att ölgästerna trodde att detta fantastiska smörjmedel som gav ett sådant välbefinnande måste ha ett lika fantastiskt upphov. De nordiska ölbryggerskorna stod högt i kurs och en kvinna med särskild begåvning att tillreda ett smakrikt öl hade det lättare på äktenskapsmarknaden än andra.

De kvinnor som under medeltiden försörjde sig genom sin öltillverkning bjöd ut sitt hembryggda öl på torget. De blev betraktade som ett eget skrå med särskilda attribut för att bli igenkända. De bar svarta, toppiga hattar för att synas i mängden, de ställde en kvast vid dörrposten för att signalera sina öppettider och hyste en katt för att fånga mössen som annars åt upp säden, som ju var huvudingrediensen i ölet. Denna verksamhet pågick åtminstone in i 1400-talet, när ölkvinnorna började motarbetas av männen, som hade insett det lukrativa i ölhandeln (Graham, 2016). För att bryta den långa traditionen av kvinnodominans var kyrkan, särskilt under medeltidens inkvision, tvungen att ta till förtalsåtgärder, som att inpränta i

folket att kvinnornas ölbryggarkonst var förbunden med djävulen. Om jakten på de kvinnliga ölbryggarna uppstod i rädslan för deras botaniska kunskaper eller för deras ekonomiska oberoende är svårt att säga, möjligen både och. Den systematiska förföljelsen av den kvinnliga ölkunskapen kom att förändra de verksamheter som hade med ölframställning och läkekonst att göra och mer och mer bli en manlig syssla under de följande seklerna.

På senare tid har kvinnor börjar kliva in på marknaden igen och återta den profession de en gång var bäst på. En sådan utveckling märks tydligast genom framväxten av så kallade mikrobryggerier. Att använda hembryggt öl som socialt smörjmedel har blivit populärt, inte minst i samband med fester i hemmet, där det bjuds tillfälle att utbyta erfarenheter och att avsmaka varandras recept. Kanske behövs det nygamla grepp för att äktenskapsmarknaden och sällskapslivet ska smörjas i vår moderna tidsålder. Att författaren till denna studie föredrar vin framför öl, trots sitt namn, är en annan historia.

### Referenser

- Bahlow, H. (1972). *Deutsches Namenlexikon. Familien- und Vornamen nach Ursprung und Sinn erklärt*. Frankfurt am Main: Keyser.
- Bauschatz, P. C. (1982). *The well and tree: World and time in early Germanic culture*. Amherst, CA, University of Massachusetts Press.
- Bierschenk, B. (1993/2013). The fundamentals of perspective text analysis. *Cognitive Science Research*, 45. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, B. (2011). Functional text geometry: The essentials of Perspective Text Analysis. *Cognitive Science Research*, 101. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, B. (2016). The beer drinking theme in Tacitus' Germania. *Cognitive Science Research*, 125. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, B. (2017). Norse spirit in the Hávamál. The beer drinking theme. *Cognitive Science Research*, 134. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, B. (2018a). Gustav Vasa and the Amphora Capitolina. The ethic of beer drinking. *Cognitive Science Research*, 136. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, B. (2018b). Imaging the rhythm in a Bellman song. Fatherly advice in regard to a party ring. *Cognitive Science Research*, 139. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, B. (2018c). The Oktoberfest phenomenon. *Cognitive Science Research*, 140. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, B. (2019). Zeitgeist transformation patterns. From Germanic symbol to Volksfest. *Cognitive Science Research*, 142. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, F. (2016). Frank Bierschenk. Direct ancestors as far as known. <http://www.bierschenk.name/AHNEN.HTM>.
- Bierschenk, I. 1999/2003. The essence of text. A dialogue on Perspective Text Analysis. *Cognitive Science Research*, 70. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, I. (2011). Ett ekologiskt perspektiv på språk och textanalys. *Cognitive Science Research*, 98. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.
- Bierschenk, I., & Bierschenk, B. (2011). Perspective Text Analysis: Tutorial to Vertex. *Cognitive Science Research*, 100. Copenhagen University, Denmark & Lund University, Sweden.



- Choi, Ch. Q. (2010-11-05). Beer lubricated the rise of civilization, study suggests. *Live Science*. (Section Culture).
- Ebbinghaus, U. (2018-08-10). Wie feierten die ersten Biertrinker? *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.
- Graham, K. (2015-10-30). The truth of women and beer: witches. (Beer History). *BrewHoppin*. <https://brewhoppin.com/2015/10/the-truth-of-women-and-beer-witches/>
- Harrison, D. (2002). *Jarlens sekel. En berättelse om 1200-talets Sverige*. Stockholm: Ordfront Förlag.
- Hendricks, S. (2018-03-09). The dark history of women, witches and beer. *Bigthink.com*.
- Matkult. (2018-06-28). *Humleodlingen i Sverige. Öl och svagdricka*. Institutet för språk och folkminnen. <http://www.sprakochfolkminnen.se/matkult/ol-och-svagdricka/humleodlingen-i-sverige>.
- Nurin, T. (2016). How women brewsters saved the world. *Craft Beer & Brewing Magazine*.
- Oppenheim, M. (2017-03-08). Brewing beer has always been a woman's game. *Munchies*. [https://munchies.vice.com/en\\_us/.../brewing-beer-has-always-been-a-womans-game](https://munchies.vice.com/en_us/.../brewing-beer-has-always-been-a-womans-game).
- SigmaPlot (2014). *Exact graphs for exact science. User's manual* (Version 13). Chicago: SPSS Inc.
- Sveriges Bryggerier (2018-07-06) <http://sverigesbryggerier.se/ol/historia/>.
- The Brews Brothers (2017-06-29). The evolving role of women's contributions to brewing beer. Section Craft Beer Muses. *Craft Beer.com*.
- Unger, R.W. (2007). *Beer in the Middle Ages and the Renaissance*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. (Summary, <https://www.worldcat.org>).

*Accepted June 11, 2019*